

LA CONVERGENCIA ENTRE EL ESPACIO Y EL PRODUCTO TURÍSTICO: DE LOS PLANES DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA A LOS PLANES DE DINAMIZACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO¹

MONTESERÍN ABELLA, O.

CES Felipe II de Aranjuez (U.C.M.)

C/ San Pascual s/n

28300 Aranjuez

RESUMEN: Desde el año 2005 asistimos a una nueva denominación de los Planes de Dinamización Turística (PDT). El Ministerio de Economía, Industria y Comercio refunde las figuras del Plan de Excelencia Turística (PET) y el Plan de Dinamización Turística en el nuevo Plan de Dinamización del Producto Turístico (PDPT). Entre sus finalidades, dentro de las cuales la creación de nuevos productos ocupa un lugar importante, la potenciación de la promoción del producto y su enfoque a nuevos mercados se ven más reforzados. Los PDT contribuyeron a la reconstrucción de muchos territorios en espacios para el turismo. La valorización del territorio, desde las nuevas formas de interpretación y puesta en valor, se convirtió en una herramienta eficaz para la búsqueda de recursos y la preparación del territorio para el turismo. Los actuales PDPT contribuyen a transformar más, el recurso, en producto, constituyendo una herramienta más de cofinanciación de estrategias de mercado de las entidades locales.

PALABRAS CLAVE: Valorización del territorio, identidad territorial, recurso turístico, producto turístico.

INTRODUCCIÓN

Ante la debilidad del sector turístico español durante la década de los años ochenta y principios de los noventa del siglo pasado, la Administración central se plantea la necesidad de elaborar estrategias para la planificación e intervención turística, coherentes y coordinadas con los agentes y sectores turísticos.

El Plan Futuro II *Plan de Actuación sobre Destinos Turísticos* y *Plan de Nuevos Productos* abre un nuevo paradigma en la dinamización de destinos, o territorios. Así, surgieron los Planes de Dinamización Turística (PDTs), una nueva línea de Planes dirigidos a Destinos Emergentes. El PDT Cuéllar, en 1996, inaugura la autonomía de los

Planes de Dinamización respecto con los Planes de Excelencia Turística, dirigiéndose a destinos turísticos en fase de desarrollo.

La figura del PDT aparecía por vez primera, y dentro del Plan Futuro II, como un proyecto concreto dirigido a nuevos destinos, especialmente, del interior.

Entre 1996 y 2005, un total de noventa y seis territorios, sin tradición turística, implementaron una nueva planificación turística, cuyo máximo desarrollo tiene lugar en el seno del Plan Integral de Calidad del Turismo Español (2000-2006). Se trata de una planificación inherente al territorio. Nos referimos a la que se diseña dentro de los Planes de Dinamización Turística, en un territorio en concreto.

Desde el año 2005 el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, aún dentro del PICTE, absorbe la figura del Plan de Excelencia Turística y el Plan de Dinamización Turística bajo el nombre de Plan de Dinamización del Producto Turístico (PDPT), donde se refuerza la promoción y la necesidad de enfocarse a nuevos mercados.

1. LA CONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO

1.1. EL TERRITORIO COMO RECURSO PATRIMONIAL Y TURÍSTICO

Las necesidades de dar respuesta a los problemas específicos de cada territorio exigen un análisis territorial que ponga de manifiesto el carácter dinámico y multifuncional del territorio y, con ello, sus potencialidades para su dinamización turística.

Los nuevos espacios turísticos de desarrollo demandan una nueva lectura e interpretación del territorio, superando la concepción como mero soporte de la actividad económica, para entenderlo como un recurso de múltiples dimensiones e interdependencias (TROITIÑO, 1999) .

Los nuevos elementos de análisis y diagnóstico territorial aportan las claves del carácter patrimonial del territorio. Un territorio que ha sido constituido como una construcción social, desempeña un papel fundamental en el reforzamiento de la nueva identidad de lo local.

El entendimiento de la interpretación y dinamización del territorio pasa necesariamente por concebir el territorio como una esfera dinámica donde se conforman relaciones, se cruzan intereses y se afecta por transformaciones estructurales. Cada territorio se articula al desarrollo a través del turismo, en función de su especificidad y su cultura.

La relación entre territorio, turismo y desarrollo ha abierto un campo de investigación en torno al estudio del territorio como recurso y factor de desarrollo, a escala local. En este contexto el desarrollo territorial aparece como nuevo ámbito de investigación e

intervención geográfica. El estudio de las relaciones entre territorio, turismo y desarrollo también ha favorecido el análisis integrado del territorio en el diagnóstico turístico territorial, favoreciendo la detección del potencial de desarrollo endógeno; ha forzado la necesidad de definir estrategias de desarrollo integrado; y sustenta el papel de la Administración en el desarrollo y la calidad turística y los nuevos productos turísticos como alternativa a la crisis de turismo de sol y playa, entre otros. Cada vez más se cae en cuenta en la función estratégica que desempeña el territorio. Entre sus nuevas funciones, como la turística, tradicionalmente había desempeñado otras como la protección ambiental, la conservación de los recursos culturales y naturales, la calidad paisajística o el ocio.

El análisis territorial permite identificar potenciales vectores de valorización del territorio. Y, con ello, paralelamente, se produce una nueva conceptualización del territorio, en el marco de los nuevos procesos de desarrollo, en el que el análisis territorial se entiende como un proceso estratégico para la construcción simbólica de espacios de interpretación.

La nueva acepción de la dimensión patrimonial del territorio promete ser un factor estratégico para el desarrollo socioeconómico de territorios deprimidos o en transformación. Asumir la interpretación y su puesta en valor como una relación activa entre el turismo y el territorio le otorga, además, un valor patrimonial y turístico.

El valor que adquiere el territorio desde el punto de vista patrimonial, paisajístico, sociocultural y como factor de desarrollo, es recogido en diversos documentos como la Convención Europea del Paisaje (2000), los Principios Directores para el Desarrollo Territorial Sostenible del Continente Europeo (CEMAT) (2000) y, especialmente, desde la política territorial europea (1999) que contempla un desarrollo creativo, innovador e inteligente del patrimonio “territorial” como base de la identidad de un territorio.

Si la Estrategia Territorial Europea define el patrimonio cultural con estas palabras <<El patrimonio cultural de Europa –que se extiende desde los paisajes culturales en el medio rural hasta los centros históricos de las ciudades- es la expresión de su identidad, y reviste una importancia mundial>>, podemos afirmar que el territorio en si mismo constituye un patrimonio cultural reflejo de sus procesos históricos y de la relación sociedad y naturaleza. El territorio como patrimonio cultural constituye un potencial recurso turístico, pudiendo desempeñar una funcionalidad turística tras su articulación a una serie de infraestructuras y servicios que posibiliten el desarrollo de la actividad turística.

La revalorización productiva del territorio, es decir, los valores del territorio que adquieren una dimensión económica-estratégica, plantea nuevos retos de ordenación y gestión territorial, que integre las dimensiones ambientales y culturales, compatibilizando la promoción socioeconómica y la protección del patrimonio natural y cultural.

1.2. LA INTERPRETACIÓN Y LA REVALORIZACIÓN PRODUCTIVA DEL TERRITORIO

La concepción del patrimonio ha sufrido un cambio conceptual al pasar de ser considerado como un factor de identidad colectiva o expresión de la riqueza cultural de una nación a que, en la última década del siglo pasado, se considerase más una interpretación del mismo en términos de función social y económica (OMT, 1993). Desde este planteamiento la interpretación del territorio, en el sentido de comprender la lógica de su funcionamiento, y su puesta en valor, haciendo uso de las técnicas de interpretación y comunicación del patrimonio, constituye una vía para el aprovechamiento social del territorio. En suma, la interpretación del territorio, como entendimiento de su lógica, constituye una herramienta estratégica para la ordenación turística del territorio. De forma esquemática, la interpretación constituye:

- (a) Un instrumento que puede proporcionar diferentes lecturas y oportunidades para el uso activo de los recursos patrimoniales tangibles o intangibles.
 - (b) Un instrumento de territorialización en el sentido en que los recursos están vinculados con el territorio, y la dinamización del patrimonio pasa por su contextualización original, con el objetivo de proporcionar a los visitantes un significado y una vivencia (BALLART y JUAN I TRESSERRAS, 2001), teniendo en cuenta la complejidad y fragilidad del territorio.
 - (c) Un instrumento de turistización y patrimonialización del territorio (patrimonio territorial) (BAZIN, 1995). El reconocimiento de la dimensión patrimonial del territorio es una vía para su valorización e inserción en los procesos de desarrollo a través del turismo, en términos de sostenibilidad y compatibilidad de usos.
 - (d) Un instrumento de valoración de la función social y económica del patrimonio y el territorio. La acepción social del patrimonio otorga al patrimonio un valor de capital, transformando un recurso sociocultural en económico, compatibilizando sus funciones.
- La interpretación del patrimonio determina la utilización socioeconómica del territorio y convierte al patrimonio en un recurso productivo y vivo. Tener presente el carácter

dinámico de la realidad territorial, los cambios en las coyunturas de actuación territorial así como las dificultades financieras para instrumentalizar las políticas de conservación activa patrimonial, plantean la necesidad de proponer relaciones más estrechas entre las políticas de recuperación y las nuevas funcionalidades, conectando las dimensiones turística y cultural.

2. LOS PLANES DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA EN LA CONSTRUCCIÓN DE ESPACIOS PARA EL TURISMO. EL PDT EL SOBRARBE

Los Planes, en su planteamiento, se perfilan como un instrumento dentro de la política turística que afectan íntegramente al territorio, aún en el marco de una política sectorial. Aún así, con una perspectiva más integral que sectorial, abordan la planificación estratégica de un territorio desde un nuevo concepto de interpretación del territorio y del espacio turístico, que pasa por la necesaria creación y mejora de los productos turísticos de base patrimonial (MONTESERÍN, 2006). Además de la globalidad que persigue la planificación estratégica, el PDT afecta a las tres Administraciones. Los Planes se desarrollan en un nuevo marco de colaboración interadministrativa en el que se implican la Administración General, la Autonómica y la Local.

La finalidad de un PDT es la activación del conjunto del destino, para que contando con la implicación del sector empresarial, se dé continuidad a las actuaciones públicas y las inversiones privadas, en la creación de oferta turística y servicios complementarios. En suma, se trataba de preparar al territorio para su desarrollo turístico. El problema se halla en que, a menudo, las actuaciones se dirigen, su mayor parte, al acondicionamiento del medio y dotación de infraestructuras, contando con las mayores partidas presupuestarias para este fin. Sin embargo, los PDT tenían una capacidad limitada para favorecer cambios estructurales en territorios. Su escasa capacidad financiera y temporal, y la escasa conexión con otras políticas de ordenación del territorio a escalas superiores, limitaban su incidencia en el territorio. Aún así, contribuyeron a una nueva cultura turística del territorio, reforzaron nuevas identidades a partir de la movilización del potencial endógeno y de la valorización turística del territorio, y construyeron el sentido territorial del turismo, entre otros.

El PDT de El Sobrarbe y el PDT Tierra de Caballeros-Tablas de Daimiel, constituyen un ejemplo de valorización turística del territorio a partir de la identidad territorial.

La Comarca del Sobrarbe se localiza en la parte septentrional de Huesca, en los Pirineos. Se trata de una comarca montañosa de 2.020 km², creada por Ley 5/2003, de

26 de febrero. Está constituida por los municipios -Abianza, Aínsa-Sobrarbe, Bécaba, Bielsa, Boltaña, Broto, Fanlo, Fiscal, La Fueva, Gistaín, Labuerda, Laspuña, Palo, Plan, Puértolas, El Pueyo de Araguás, San Juan de Plan, Tella-Sin y Torla-. A esta pluralidad de ciento treinta y nueve núcleos habitados hemos de sumar los que se encuentran despoblados. Un total que supera tan solo los 6.800 habitantes, distribuidos en una densidad de 3,22 hab/km². La baja densidad de población, una estructura demográfica eminentemente envejecida, junto con la estructura económica tradicional, limitan cualquier proceso de desarrollo o de reconversión que se piense.

Las características estructurales socioculturales y económicas dejan entrever las debilidades de este territorio que ha sufrido un fuerte despoblamiento en las décadas de los años sesenta y setenta.

Las características geográficas de este territorio denotan comunicaciones deficientes, grandes distancias a los centros productivos, deficiente servicio energético –a pesar de ser un espacio de producción energética- y escasas dotaciones de servicios y equipamientos.

Por el contrario, se trata de un territorio con múltiples recursos y potencial turístico. En el año 2002 la Secretaría General de Turismo adjudica un PDT por un período de tres años.

El anteproyecto del Plan recoge sucintamente la dimensión patrimonial de la Comarca, tanto en su dimensión cultural como natural. Dentro del patrimonio cultural se realiza especial énfasis en su aspecto arquitectónico y etnográfico mientras que del patrimonio natural se destaca la existencia de cuatro Espacios Naturales Protegidos catalogados por la Ley 4/89 de 27 de marzo, de Conservación de Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre. Estos Espacios se corresponden con el Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, Parque natural de las Sierras y Cañones de Guara, Parque de Posets-Maladeta y Monumento Natural de los Glaciares Pirenaicos.

Las actuaciones propuestas en el anteproyecto del PDT El Sobrarbe, elaborado por la Administración local, hacen referencia a un Parque Cultural del Agua, Red de Museos, Geocampus, Parque temático de la Minería, Nieve, Aprovechamientos hidráulicos, Red de Senderos, Ruta Ecuéstre, Oficina Comarcal de Turismo, Señalización y material de información, Creación de una imagen de “Marca”, Formación, Promoción, y Realización de controles de calidad.

Dentro de las actuaciones llevadas a cabo finalmente destaca una importante inversión en equipamientos turísticos, en la puesta en valor de recursos patrimoniales –a destacar

el proyecto Geocampus que ha supuesto la interpretación y puesta en valor de los Puntos de Interés Geológico- y en turismo activo. Pero son las rutas las que constituyen la principal actuación de valorización del territorio, que han permitido, además, la sistematización y/o la articulación territorial de los recursos turísticos en torno al patrimonio. Se trata de una de las fases para la construcción de un espacio turístico.

La Ruta del Románico en el Sobrarbe y la Ruta de Tradiciones y Naturaleza Sobrarbe-Pirineos han contribuido a la sistematización de los recursos patrimoniales a partir de cuatro subrutas cuya entidad responde a criterios de localización en el territorio. Sin embargo, a pesar de la reducida accesibilidad a los hitos románicos y la dificultosa comunicación, la sistematización del patrimonio románico organizada en las rutas del Ara, del Cinca, Suroeste (Buello Sobrarbe) y Eje del Cinca Medio, supone en sí misma la creación de un nuevo producto turístico territorial, que por sus características y sus deficientes condiciones de accesibilidad, pueden constituirse como un recurso, especialmente, visitado por determinados grupos de turistas vinculados a la naturaleza. Es el grupo más frecuente en la Comarca.

La Ruta de Tradiciones y Naturaleza, constituye una ruta etnográfica que se extiende a lo largo de la carretera A-138. Articula la comarca de norte a sur. La Ruta se presenta como un instrumento de articulación territorial más planificado y una vía de comunicación y difusión de los diecinueve espacios museísticos que existen a lo largo de la misma. Con su diseño se ha creado y diversificado la oferta turística y, a la par, se ha redescubierto la dimensión cultural de la Comarca.

La finalidad de la Ruta es catalizar y sacar el máximo rendimiento a los centros expositivos, aprovechando sus potencialidades; la creación de un espacio de turismo cultural, como complemento al hegemónico turismo de naturaleza existente en la zona; y el fomento de la movilidad turística. La Ruta incluye el Museo de Creencias y Religiosidad Popular del Pirineo Central, Museo de Oficios y Artes Tradicionales, Museo de Bielsa, Eco Museo, Centro de Interpretación de la Vida Natural y Actividades Tradicionales, Centro de Visitantes-P.N. de Ordesa y Monte Perdido, Museo Pirenaico de la Electricidad, Museo de la Madera, Museo de la Alfarería Tradicional Aragonesa, Molino de Pedro Buil, Museo Etnológico, Casa de la Maestra-P.N. de Ordesa y Monte Perdido, Casa de la Bruja-P.N. de Ordesa y Monte Perdido, Centro de Visitantes El Parador-P.N. Ordesa y Monte Perdido, Museo Etnológico, Centro Sensorial-P.N. de Ordesa y Monte Perdido, Ecomuseo Luis Pallaruelo, Rutas Naturalísticas y Sendero Botánico.

En total, quedan incluidas catorce localidades en la Ruta. Son las localidades de Abienza, Aínsa, Bielsa, Ceresa, Escuin, Lafortunada, Laspuña, Morillo de Tou, Paules de Sarsa, San Juan de Plan, Tella, Torla, Puyarruegos y Escalona.

Las primeras valoraciones realizadas de la Ruta desveló que el número de visitantes durante el mes de agosto en los principales museos aumentó un 20% (PDT, 2003).

Otro Plan que centra parte de sus esfuerzos en valorizar un territorio a partir de la identidad territorial, es el PDT Tierra de Caballeros- Tablas de Daimiel (2001-2004). Sin pretender un análisis del Plan en profundidad, este Plan que, engloba los municipios de Almagro, Ciudad Real, Daimiel, Valdepeñas, Villanueva de los Infantes y Villarrubia de los Ojos, fue concebido por la Mancomunidad Tierra de Caballeros como un medio para la adopción de una estrategia común en el ámbito de la promoción turística, con una base territorial.

La cohesión y consolidación del ámbito geográfico del Plan como destino turístico, había planteado desde el comienzo uno de los mayores propósitos de la Administración local. En parte, por su escaso sentido de destino turístico, en parte, por la distancia entre los seis núcleos que, si bien se encuentran dispuestos linealmente, favoreciendo la creación de una ruta turística, no deja de constituir un reto para su integración en un proyecto turístico global.

El nuevo modelo de aprovechamiento turístico que plantea la Administración local con su Plan Estratégico del Plan de Dinamización Turística de Tierra de Caballeros, tiene en cuenta dos criterios planificadores. Para su consolidación como destino turístico emergente se ha tomado en consideración la distribución geográfica de los distintos recursos –diversos y con diferentes grados de desarrollo turístico- y la asociación de recursos alrededor de argumentos de creación de producto territorial.

Es incuestionable el enfoque territorial del Plan. Su línea argumental –Tierra de Caballeros- a pesar de la existencia de debilidades estructurales entre los distintos municipios y su argumento, constituye de igual modo, el eje articulador de la identidad territorial y la asunción del territorio Tierra de Caballeros como un destino turístico.

3. LOS PLANES DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO Y LA CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO. EL PDPT TENERIFE ACOGE

Las actuaciones llevadas a cabo dentro de los PDT trataban de preparar el territorio para realizar una función turística. Las actuaciones favorecían la puesta en valor de recursos y el uso turístico de los mismos, las estrategias de comercialización, la integración del

tejido empresarial y la explotación innovadora de recursos (Figura 1). Gan parte de las actuaciones de los PDT tenían similitudes con las llevadas a cabo dentro de un PET. Los Planes de Dinamización del Producto Turístico no vienen si no a consolidar su fusión. De esta manera, la naturaleza del territorio –si tiene tradición turística o no la tiene, si presenta características eminentemente culturales o de territorios de montaña, etc.- ya no resultan ser el criterio que determina las estrategias y diferencias de uno y otro Plan. Si los PDT apostaban por el posicionamiento de los destinos –cuya base era el propio territorio en su globalidad-, dentro de los PDPT, el producto turístico –que aún hace referencia al territorio pero tiene un carácter más específico- se convertirá en el segmento de alta rentabilidad. Se trata de un producto turístico con identidad propia pero más dependiente de las estrategias de marketing turístico. Se piensa en el producto como un bien de consumo y una proyección de una imagen del destino.

Figura 1: Objetivos de los PDPT y los PDT

PDPT
1. Articular los recurso, servicios y oferta turística de un territorio como producto estructurado, añadiendo valor diferencia al destino
2. Estudiar y diseñar productos (demanda, oferta, promoción y comercialización)
3. Aumentar la calidad de los servicios turísticos del destino
4. Integrar el medio ambiente en todo el proceso de diseño y ejecución del plan y sus actuaciones
PDT
1. Puesta en valor y uso turístico de recursos
2. Estudio y diseño de políticas y estrategias de producto, precio, promoción y comercialización
3. Fortalecimiento e integración del tejido empresarial mediante el fomento del asociacionismo, asesoramiento y apoyo a las empresas
4. Creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos en sintonía con la preservación del medio
5. Articulación de los recursos, servicios y oferta turística como producto y su integración como destino

Fuente: Subdirección General de Calidad e Innovación Turística, 2004

A pesar del fortalecimiento de la línea de comercialización del producto, la creación y consolidación de un espacio turístico –un territorio acondicionado para la función turística- no disocia el producto turístico del territorio si no que puede converger hacia un producto consolidado con identidad territorial. Por tanto, con vistas a su comercialización, así como una ciudad histórica se convierte en destino turístico (DE

LA CALLE, 2005) y se comercializa como producto. Sin embargo, se evidencia el debilitamiento del enfoque territorial de los PDTs. La creación de nuevos productos se asume desde el principio como un mecanismo económico de inversión, más que como un factor de dinamización del territorio, entendido como un desarrollo integral territorial. El papel del territorio, como construcción social, será el de sustentar la identidad del producto.

Dentro de los criterios específicos de adjudicación de PDPT, que la Secretaría General de Turismo presentó a la Mesa de Directores Generales, en diciembre de 2004 (Figura 2), el de *producto*, introduce una nueva perspectiva que hace pensar más que en el recurso, en producto y su potencial promocional, quedando lejos la naturaleza del destino, que había constituido la máxima diferenciación entre los PDT y los PET, para transformarse en la vocación del territorio respecto a un producto turístico.

Figura 2: Criterios específicos para la implantación de un PDPT y un PDT

PDPT
Calidad del documento "Plan Estratégico"
Territorio
Producto
Programa medioambiental orientado al desarrollo de nuevos productos y a la sostenibilidad
Formación
Promoción y comercialización
Complementariedad del Plan con los productos turísticos del territorio
Repercusiones socioeconómicas del Plan
Participación y comunicación en la ejecución del Plan
Solvencia técnica del solicitante
PDT
Identificación comarcal definida
Conexión identidad comarcal con el producto turístico
Relación mancomunidad solicitante con actores implicados en turismo
Sinergia entre Plan y otros programas existentes relacionados con el turismo

Fuente: Subdirección General de Calidad e Innovación Turística, 2004

En el año 2005 se aprobaron dieciocho PDPT en la Mesa de Directores Generales de Turismo, habiendo sido ratificados en el año 2006 para comenzar a ejecutarse en el ejercicio 2007.

En algunos casos las diferencias entre las líneas de actuación de ambos Planes –PDT y PDDT- son difusas, caso del Plan de Dinamización Turística de la Comarca del Sobrarbe (2002-2004) y el Plan de Dinamización del Producto Turístico de la Hoya de

Huesca (2006-2008) –mejora de accesos y entornos, recuperación del patrimonio, señalización-. En otros casos, coincidiendo con destinos más consolidados, las diferencias son más relevantes –Plan de Dinamización del Producto Turístico de Tenerife Acoge (2008-2010)-.

Dentro de la Estrategia Turística de Tenerife (2008-2015) se definen doce objetivos (Figura 3) en cuyo caso los PDPT Tenerife Acoge constituirá el medio para estructurar y consolidar los productos turísticos tales como el golf, ocio activo, entre otros, y para la detección de nuevos servicios y productos de uso turístico.

Figura 3: Objetivos de la Estrategia Turística Tenerife (2008-2015) y del PDPT Acoge

Estrategia Turística Tenerife
1. Mejora del espacio turístico, asegurando su competitividad, calidad y sostenibilidad
2. Especialización, diversificación y enriquecimiento de la oferta turística, desarrollo de nuevos productos, actualización, mejora y reposicionamiento de los existentes
3. Equilibrio entre la consolidación de mercados tradicionales y la diversificación de nuevos emisores
4. Diferenciación y eficacia en la promoción turística
5. Mejora de la accesibilidad del mercado al producto turístico Tenerife.
6. Impulso a la promoción y comercialización online..
7. Fidelización y satisfacción del cliente en destino, con nuevas fórmulas de relación
8. Conocimiento, información e investigación
9. Innovación
10. Máxima cooperación y coordinación
11. Implicación y vinculación de la sociedad tinerfeña a la actividad turística
12. Profesionalización, cualificación y formación del sector turístico
PDPT Tenerife Acoge
1. Aumento de la calidad de los servicios turísticos del destino
2. Mejora del medio urbano y natural de la isla de Tenerife
3. Ampliación y mejora de los espacios de uso público
4. Aumento, Diversificación y Mejora de la oferta complementaria
5. Puesta en valor de recursos turísticos
6. Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de la calidad

Fuente: BOE 27/2008; www.sctfe.es

En el texto del Convenio Marco de Colaboración en el que se establece el compromiso para la ejecución del Plan, las cláusulas primeras, determinan los objetivos, que se asemejan más a los de un Plan de Dinamización Turística que a los de un Plan de Excelencia Turística, como sería propio de un destino maduro. Sin embargo, los objetivos de la Estrategia de Tenerife son objetivos de liderazgo en el mercado, más economicistas que territoriales. Las actuaciones del PDPT vienen a perfilarse como una

herramienta de cofinanciación de las estrategias turísticas de las entidades locales, cara a la oferta turística.

4. CONCLUSIONES

La finalidad de los Planes de Dinamización Turística enlazó con los planteamientos del desarrollo local y regional en la década de los noventa. Las nuevas fórmulas para la interpretación del territorio y su puesta en valor, constituiría el instrumento para el reforzamiento de la identidad territorial y de la creación de espacios para el turismo.

Sin embargo, el enfoque territorial del modelo de intervención de los Planes de Dinamización Turística deja paso a una *estrategia* turística de cofinanciación, menos territorial. Se trata de los Planes de Dinamización del Producto Turístico.

El territorio, más que un espacio del turismo y de recursos, se asume como una fuente de productos cuyo grado de vinculación con el territorio construirá la imagen del destino, como una alteridad imaginada.

5. BIBLIOGRAFÍA

BALLART, J., JUAN I TRESSERRAS, J. (2001): Gestión del patrimonio cultural, Barcelona: Ariel, 235 pp.

BORREGA, A., GRAU, N., LÓPEZ, A, MARTÍNEZ, J.J, PALAO, M^a, SÁNCHEZ, C. (2000): “Apuntes para la dinamización turística del municipio de Águilas, a partir de la interpretación del patrimonio”, en Cuadernos de Turismo, nº 5, pp.35-51.

BRUNET, P. et Al.(2005):”Los Planes de Excelencia y Dinamización Turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico”, en Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, nº 39, pp. 201-226.

CEMAT (2000): Principios Directores para el Desarrollo Territorial Sostenible del Continente Europeo

COMISIÓN EUROPEA (1999): ETE-Estrategia Territorial Europea. Hacia un desarrollo equilibrado y sostenible del territorio de la UE, Postdam, pp. 89

CÓRDOBA, j. (1997): Interpretación del patrimonio cultural: Ediciones de la Universidad de Tarapacá y Fundación Andes, Santiago de Chile.

DE LA CALLE, M. (2 002): La ciudad histórica como destino turístico, Barcelona: Ariel.

GARCÍA, C. (1999): “Los usos sociales del Patrimonio Cultural”, en Aguilar Criado, E. (coord.): Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, Granada:, pp- 16-33.

IVARS, J. (2006): “La política turística”, en SÁEZ, A. Et. al (ed): *Estructura económica del turismo*, Madrid: Síntesis, págs. 261-284.

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (1998): *Planes de Excelencia y Dinamización Turística*: Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pyme, Madrid, pp.30

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE (2000): Principios Directores para el Desarrollo Territorial Sostenible del Continente Europeo: Unidad de Desarrollo Territorial, Hannover, pp. 82.

MIRÓ, I.A., LAIX, M. (1998): “La interpretación como método para la planificación de nuevos productos turísticos: una propuesta para Cartagena (Murcia)”, en Actas del Congreso europeo sobre Itinerarios Culturales y Rutas temáticas: Fundación Caja Rioja.

MONTESERÍN, O. (2007): *Turismo y Desarrollo Territorial: Los Planes de Dinamización Turística en la Interpretación y Puesta en valor del territorio*, Universidad Complutense de Madrid, Tesis Doctoral dirigida por Dr. D. Miguel Ángel Troitiño Vinuesa (Director).

ORTEGA, J. (1998): “El territorio como patrimonio”, en Ciudades, nº 4: Revista del Instituto de Urbanística de la Universidad de Valladolid.

ORTEGA, J. (1999): “El patrimonio territorial: El territorio como recurso cultural y económico”, en Ciudades, nº 4, pp 33-44

PADRÓ, J. (1996): “La Interpretación: un método dinámico para promover el uso social del patrimonio Cultural y Natural”, en Difusión del Patrimonio Histórico: Instituto andaluz del Patrimonio Histórico, Sevilla.

SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (2004): Planes de Dinamización de Producto Turístico (borrador).

TROITIÑO, M.A. (1999): “El Diagnóstico y la valorización del territorio”, en GARCÍA, J.L. (Ed.) (1999): Instrumentos para el Desarrollo Local. Excmo. Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, pp 51-77.

TROITIÑO, M.A. (2000): “Ciudades históricas, turismo y Desarrollo Sostenible”. En: CASTILLO, M.A, (Ed.): *Ciudades históricas: conservación y desarrollo*: Fundación Argentaria, Madrid, pp.67-96.

Plan Dinamización Turística de Sobrarbe (2002-2004)

Plan Dinamización Turística de Tierra de Caballeros-Tablas de Daimiel (2001-2004)

Plan dinamización Producto Turístico Tenerife Acoge (2008)

Estrategia Turística de Tenerife (2008-2015)

BOE 303/2006

BOE 54/2003

BOE 27/2008

¹ Trabajo integrado en el proyecto de investigación: “Dinámicas recientes y estrategias de intervención en destinos patrimoniales” (SEJ2006-10898/GEOG, Ministerio de Educación y Ciencia), Dr. Troitiño Vinuesa, Miguel Ángel (Dir.)